



新世纪

新世纪应用型高等教育旅游管理类课程规划教材



LÜYOU JINGQU GUANLI

旅游景区管理

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编 (第二版)
主 编 陈 才 符 英



大连理工大学出版社



新世纪应用型高等教育旅游管理类课程规划教材

LÜYOU JINGQU GUANLI

旅游景区管理

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编 (第二版)

主编 陈才 符英

副主编 王斌 谢风媛

于淑艳 张艳艳



大连理工大学出版社

旅游管理类专业课程规划教材 新世纪应用型高等教育旅游管理类专业课程规划教材

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理 / 陈才, 符英主编. — 2 版. — 大连:
大连理工大学出版社, 2018. 3
新世纪应用型高等教育旅游管理类专业课程规划教材
ISBN 978-7-5685-1378-4

I. ①旅… II. ①陈… ②符… III. ①旅游区—经营
管理—高等学校—教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 033584 号

旅游景区管理

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84708943 传真:0411-84701466

E-mail:dutp@dutp.cn URL:http://dutp.dlut.edu.cn

大连日升彩色印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:15.5 字数:358千字

2011年5月第1版 2018年3月第2版

2018年3月第1次印刷

责任编辑:白璐

责任校对:王晓伟

封面设计:张莹

ISBN 978-7-5685-1378-4

定价:42.00元

本书如有印装质量问题,请与我社发行部联系更换。



前 言

《旅游景区管理》(第二版)是新世纪应用型高等教育教材编审委员会组编的旅游管理类课程规划教材之一。

“旅游景区管理”作为旅游管理专业的核心课程之一,其课程建设是随着旅游业和旅游高等教育的发展而逐步发展的。传统观点认为旅游业的三大支柱是饭店、交通和旅行社,忽视了旅游景区的核心地位,而目前这种观点已经得到修正。很多院校开设了“旅游景区管理”课程,并将其纳入专业必修课,这说明人们对“旅游景区管理”课程的认识达到了一个新高度,教材建设也大大改观。

从已经出版的旅游景区管理教材来看,在编写体系和主要内容方面,大多采用了导论、规划开发和经营管理三大模块,不同版本的教材其侧重点不同;在编写理念方面,大多缺乏一个核心理念来驾驭全书,这主要是由对旅游景区产品性质认识上的不足所致;从理论深度来看,大多教材理论深度不足,常识性知识点较多;从知识的相关性来看,大多教材在内容上存在较多重复或冲突的现象。

本教材相比于以往旅游景区管理教材具有以下特色:

1. 编写理念方面

本教材从对旅游景区性质的认识出发,构建旅游景区管理新思维,认为旅游景区是一种体验型产品,无论是规划设计还是经营管理,其根本出发点是为游客提供高质量的旅游体验。

2. 编写形式方面

本教材主要按照情景教学法的基本思路进行组织,每章包括“学习目标”“导入案例”“本章导读”“核心内容”“本章小结”“复习思考”“案例分析”“实践训练”八个模块,便于学生自学和老师精讲。



本版教材是在上一版教材的基础上修订而成的,在延续上一版教材特色风格的同时,更新了大量相关内容,力求更加切合旅游景区管理实际,也便于课堂讲授。

本教材以旅游景区是体验型产品为根本出发点,首先介绍旅游景区的基础知识和旅游景区管理制度与企业文化,然后介绍旅游景区战略管理、规划管理、市场营销管理、质量管理、设施管理、安全管理、信息系统管理和环境管理等。本版教材在上一版核心内容的基础上,增加了旅游景区管理制度与企业文化一章,删除了旅游景区管理创新一章,对其他章节的内容进行了适度调整,并更新了大量案例。

本版教材新增数字化配套资源,借用二维码等手段将纸质图片与网络素材联动起来,拓展了教材的内容含量,使读者在阅读本教材的过程中通过“扫一扫”,以更加有趣的方式深化对教材知识的理解。真正实现教材的数字化、信息化、立体化,力求增强学生学习的自主性与自由性,将课堂教学与课下学习紧密结合。

本教材由海南师范大学陈才、符英任主编;大连外国语大学王斌、谢凤媛,三亚学院于淑艳,武昌理工学院张艳艳任副主编;海南师范大学研究生刘芳芳参与了编写。具体编写分工如下:第一章由陈才编写,第二章由符英编写,第三章、第五章由王斌编写,第四章由于淑艳编写,第六章、第九章由谢凤媛编写,第七章、第八章由刘芳芳编写,第十章由张艳艳编写,全书由陈才统编定稿。

在编写本教材的过程中,我们参考、借鉴了许多专家、学者的相关著作,已列入参考文献,对于引用的段落、文字不能一一列出,谨向各位专家、学者一并表示感谢。

尽管我们在教材特色的建设方面做了许多努力,但由于编者水平有限,教材中难免存在疏漏和不妥之处,恳请教学单位和读者多提宝贵意见,以便下次修订时改进。

编者

2018年3月

所有意见和建议请发往:dutpbk@163.com

欢迎访问教材服务网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84708445 84708462

目 录

第一章 导 论	1
第一节 旅游景区概述	3
第二节 旅游景区管理的内容体系	12
第三节 旅游景区管理成功的关键因素	17
第二章 旅游景区管理制度与企业文化	24
第一节 旅游景区管理制度	25
第二节 旅游景区企业文化	32
第三章 旅游景区战略管理	37
第一节 旅游景区战略管理概述	38
第二节 旅游景区战略环境调查与分析	42
第三节 旅游景区战略选择与评价	47
第四节 旅游景区基本经营战略	52
第四章 旅游景区规划管理	64
第一节 旅游景区开发的可行性分析	66
第二节 旅游景区规划的类型与程序	68
第三节 旅游景区规划的层次与要求	74
第四节 旅游景区规划的主要技能	78
第五章 旅游景区市场营销管理	93
第一节 旅游景区市场营销管理概述	94
第二节 旅游景区市场营销技术	98
第三节 旅游景区传统营销组合策略	102
第四节 旅游景区营销策略的新发展	115



第六章 旅游景区质量管理	124
第一节 旅游景区质量管理概述	125
第二节 旅游景区服务质量管理	131
第三节 游客行为引导与旅游景区客流调控	136
第四节 旅游景区质量管理体系与标准化	143
第七章 旅游景区设施管理	152
第一节 旅游景区设施管理概述	153
第二节 旅游景区基础设施管理	157
第三节 旅游景区服务设施管理	161
第八章 旅游景区安全管理	173
第一节 旅游景区安全管理概述	174
第二节 旅游景区安全事故的类型与等级	177
第三节 旅游景区设施设备的安全管理	181
第四节 旅游景区突发事件的应急处理	189
第五节 旅游景区游客行为的安全管理	195
第九章 旅游景区信息系统管理	201
第一节 信息技术与旅游景区管理	202
第二节 旅游景区信息系统	206
第十章 旅游景区环境管理	219
第一节 旅游景区环境问题	220
第二节 旅游景区绿化卫生管理	226
第三节 旅游景区环境管理方法	233
参考文献	242

导论

学习目标

知识目标:

1. 解释旅游景区的性质和功能
2. 说明旅游景区的类型
3. 掌握旅游景区管理的特殊性
4. 理解旅游景区管理的内容体系

技能目标:

具备识别我国旅游景区管理部门等级体系和部门的技能

能力目标:

1. 具备分析旅游景区性质及其管理特性的能力
2. 具备动态把握旅游景区行业发展趋势的能力

导入案例

琳琅山景区管理问题调查报告

琳琅山景区地处四川省仪陇县马鞍镇,以朱德故居纪念馆为核心景点,规划总面积52.5平方公里,硬件设施初具规模,软件建设基本完成。目前,琳琅山景区管理面临许多问题,主要有:

(一)管理体制不顺,运行机制不活**1. 管理主体不明确,责权利划分矛盾突出**

目前景区管理主体不明确,存在多头管理,责权不分,某些问题相互推诿;利益分配上,参与景区建设和管理的部门都认为应该占有一定份额,共享景区建设成果,所以矛盾突出。

2. 运行机制不灵活,与市场结合不紧密

景区内景点多属伟人纪念地或文物保护单位,现行的管理主体实行的是行政管理,依靠财政供养。在这种经营机制下,景区开发建设除政府投资和社会投资外,景点自身几乎没有能力进行基础设施改造和服务功能的完善,自身造血功能较差,“等、靠、要”思想严重,运行机制与市场经济需要严重脱轨。

(二) 旅游资源开发利用力度不够,文化较单一

1. 自然资源多但开发利用少

景区内田园风光自然朴实,山形地貌神奇独特,自然景观良好,但开发力度小,利用率低,没有实现由自然资源向旅游资源、旅游资源向旅游资本的有效转化。

2. 历史文化深但挖掘整理不够

景区拥有独特的人文景观和别具一格的红色文化、客家文化等,展示出景区深厚的文化内涵,但其挖掘整理、包装提升、宣传促销还远不能适应市场需求,没有使这些特色文化与景区旅游融为一体并为景区旅游所利用。

(三) 配套设施建设滞后,旅游商品开发不足

1. 景区配套设施不完善,服务功能不健全

目前整个景区内除农家乐外,没有较高档次的宾馆、饭店,没有规模较大的休闲娱乐场所和购物中心等配套设施,“吃、住、行、游、购、娱”服务功能不是很健全,产业链脱节,导致游客停留时间短,消费水平低。

2. 旅游纪念品开发力度小,特色旅游商品缺乏

景区内旅游商品量少、质弱、价高,缺少本土风味,地方特色不明显,不能激发游客的购买欲。

(四) 人力资源缺乏,软环境建设亟待加强

1. 人才引进和激励机制不健全,专业人才匮乏

目前,景区缺乏专业的管理人员,专业导游员、讲解员量少质弱,严重制约景区的正常运行。

2. 从业人员缺乏专业培训,服务水平不高

目前,景区服务人员大多未经专业性培训,其知识水平、自身素质、服务质量和水平都还有待提高,工作水平仍然停留在一般的接待层面。

(五) 环境保护不到位,安全保障机制缺乏

1. 环境整治措施不到位,环保问题突出。景区现有环保清洁人员 18 人,由于景区面积大、景点多、管线长,且未制定具体的环保目标和相应措施,因而存在诸多突出问题,主要是:垃圾清理不到位;部分农家乐环保规划不到位;生态旅游厕所管理不到位;水体污染严重;草害情况突出。

2. 安全保障机制不健全,安全隐患多。(1)景区设施人为破坏严重。游客中心部分设施遭到破坏;18 辆观光车使用频率低,无专人看管,景区内指示标牌、警示牌、垃圾箱、长条座椅等人为破坏严重。(2)治安问题较突出。景区属开放型景区,常住人口多,治安情况较复杂,安全保卫人员严重不足,治安事件时有发生。(3)消防隐患严重。景区内杂草较多、枯枝落叶无专人清扫,堆积现象严重,一遇干旱季节,极易引发火灾。

案例思考题:

琳琅山景区遇到了哪些问题?如何解决这些问题?

从案例中可以看出,由于旅游景区管理具有特殊性和复杂性,由此而产生的深层次

问题正困扰着当前旅游景区管理。学习旅游景区管理,需要对这些问题进行深入分析研究,加深对旅游景区性质及其内涵的理解,提升能力,成为高素质的旅游景区管理人员。

本章导读

旅游景区是一种特殊的自然—社会—经济—文化的空间载体,在现代社会中具有多种功能。在旅游活动中,旅游景区通过向游客提供各种形态的旅游体验,满足人们观光、休闲、度假、娱乐、康体、休养、求知等多层次的愉悦需要,是旅游系统中非常重要的组成部分,构成旅游产品的核心。由于旅游景区形态复杂多样以及研究者视角和思维习惯的差异,长期以来,人们对于旅游景区性质的认识并不深入,也没有形成一个规范的旅游景区管理的框架体系。本章首先对旅游景区的历史进行了简单回顾,然后对旅游景区的性质、功能和分类进行了分析,最后阐释旅游景区管理的内涵、特点与范畴。

第一节 旅游景区概述



一、旅游景区的产生与发展

(一) 古代旅游景区的产生

就像没人能确切考察清楚旅游和休闲在人类历史上何时出现一样,也没有人能确切证明世界上最早的旅游景区在何时何地产生,但可以肯定的是,旅游景区是随着旅游与休闲的发展而出现的。因此,在古代社会中,那些能吸引人们的自然景观和人文景观的所在地实际上就是历史悠久的旅游景区,即现代社会中旅游景区的最原始形态。

从西方历史文献来看,观光和休闲在古希腊和古罗马出现较早。古希腊人和古罗马人创造了灿烂的人类文明,在西亚、北非和地中海沿岸留下了一大批珍贵的物质遗产和文化遗产。在古希腊希罗多德(公元前484~公元前425)的作品中就描述了四千年前的巴比伦和埃及的休闲与旅游活动,当时的古希腊人和古罗马人经常外出游览观光,他们所访问的场所大多是艺术或建筑珍品的所在地。

除观光旅游、休闲旅游、宗教旅游外,海滨与温泉旅游在古代的西方也一度盛行。早在罗马帝国时期,温泉疗养地就已经出现。当时的人们就认识到温泉的疗养功能,去温泉洗浴几乎成了罗马社会各个阶层人士都喜爱的一种娱乐活动。

【相关链接】

古代的旅游景点

在文献记载中,巴比伦地区在公元前6世纪曾建造过“文物博物馆”并向公众开放,吸引了各地的贵族来此欣赏花园、庭院。在3000多年前,埃及人就曾举办过大量的宗教活动,参加者不仅有虔诚的教徒,还包括大量的观光客。如今这些地方大多都成了著名的旅游景区。

据史料记载,古罗马的公共浴室一般都建在温泉带上,浴室内设有游泳池、健身房、

社会活动中心,成为当时社会各界人士休憩、保健、娱乐和社交的场所。在公元前3世纪的古希腊十分盛行矿泉洗浴、集会和各种竞技活动,一批旅馆设施也兴建起来,促进了温泉疗养地的发展。据考证,世界上最早的度假饭店就是罗马人在温泉浴室四周修建起来的。以后随着罗马军团的征战,在北非海岸、希腊、土耳其等地,许多温泉疗养胜地得以迅速开发,成为当时的保健中心和游乐中心。

从东方历史文献来看,在古代的中国,旅游与休闲在上层社会也较为盛行,出现了帝王巡游、官吏宦游、士人漫游、僧侣云游、学子修学游等多种形式的旅游活动。古代帝王大都广兴土木,修建宫殿、园林和各种休闲娱乐场所供自己享乐。许多封建士大夫也竞相模仿,修建私家园林。特别是一些士大夫和文人游历祖国河山,陶冶情操,激发了创作灵感,写出了很多文学著作,推动了旅游文学和旅游审美文化的繁荣。因此,中国古代灿烂的历史文化和优美的自然风光相互交融,为我们留下了大量的风景名胜,成为中国旅游景区的一大特点,吸引大量的中外游客,这些都是旅游业发展很宝贵的资源和财富。

【相关链接】

苏州园林

苏州园林是指中国苏州城内的园林建筑,其历史可上溯至公元前6世纪春秋时吴王的园囿,而私家园林最早见于记载的是东晋的辟疆园,此后历代造园兴盛,名园日多。明清时期,苏州成为中国最繁华的地区之一,私家园林遍布古城内外。16世纪~18世纪为全盛时期,有园林200余处,现在保存尚好的有数十处。作为举世瞩目的历史文化名城,苏州沉淀了二千五百余年文化底蕴,以山水秀丽、园林典雅而闻名天下,有“江南园林甲天下,苏州园林甲江南”的美称。

苏州园林占地面积不大,但以意境见长,以独具匠心的艺术手法,在有限的空间内点缀安排,移步换景,变化无穷。作为苏州古典园林典型例证的拙政园、留园、网师园和环秀山庄,产生于苏州私家园林发展的鼎盛时期,以其意境深远、构筑精致、艺术高雅、文化内涵丰富而成为苏州众多古典园林的典范和代表。

(二)近代旅游景区的发展

历史进入近代社会后,人类社会发生了重大变化,旅游与休闲活动也相应地发生变化。在近代社会的演进过程中,在欧洲兴起的文艺复兴运动和产业革命是两个标志性的事件,大大改变了传统社会的价值观念、思维方式和生活方式。以工业革命为标志,人类社会进入了一个新的发展阶段——近代社会时期。随着工业革命在世界各地的相继完成,生产力得到了极大提高,推动了社会经济的飞速发展和社会阶层的分化。新技术的不断出现大大提高了劳动生产率,增加了闲暇时间,也带来了交通工具的不断改进,这些都为旅游活动的普及和发展奠定了坚实的社会基础。

旅游条件的改善进一步推动了旅游市场的发展,旅游需求也越来越多样化,人们不再满足于近距离的观光度假和简单的游山玩水。在旅行社出现之后,人们的旅行变得越来越便利,越来越有组织,极大地推动了旅游活动的发展进程。为满足日益增长的旅游市场需求,风景资源在世界各地都得到了有效的开发,出现了大量的旅游景区,各种相关的服务设施、基础设施也逐渐完善。世界上许多旅游胜地不断发展,同时新建的旅游景

区不断涌现,尤其是城市周边地区的山地和海滨得到了迅速开发,进一步加剧了旅游市场的竞争。在这种情况下,旅游景区的经营管理得到有效重视。在这一时期,旅游景区及其经营管理呈现出以下特点:

1. 旅游景区类型以传统的自然旅游景区和人文旅游景区为主

由于旅游市场主要以观光、休闲、度假为主,这一时期的旅游景区开发基本上是依托风景资源,进行初步的开发。旅游景区的功能主要是满足较为单一的观光、度假、休闲需求,旅游景区的各种服务与相关设施日趋齐全,大大地方便了人们的游览观光、休闲、娱乐活动。

2. 国家公园理念初步形成,并在一些国家得到推广

虽然对旅游景区的保护可以追溯到古代,但直到17世纪中叶,国家公园理念才开始在君主立宪制国家逐渐形成。工业革命带来的对自然资源掠夺性的开发,促进了人们环境意识的发展。1872年,经美国国会批准,在怀俄明州建立了世界上第一个国家公园——黄石国家公园。在此后的50年间,国家公园理念在美国得以广泛传播。到了20世纪初,英国、加拿大、德国、澳大利亚等一些国家开始效仿美国,建立国家公园,使得国家公园理念得到逐步推广。

【相关链接】

黄石国家公园

黄石国家公园(Yellowstone National Park)位于北落基山和中落基山之间的熔岩高原上,绝大部分在怀俄明州的西北部,海拔2 134~2 438米,面积8 956平方公里。黄石河、黄石湖纵贯其中,有峡谷、瀑布、温泉以及间歇喷泉等,景色秀丽,引人入胜。园内森林茂密,还饲养了一些残存的野生动物,如美洲野牛等,供人观赏。园内设有历史古迹博物馆。

黄石国家公园是世界上最原始、最古老的国家公园。根据1872年3月1日的美国国会法案,黄石国家公园“为了人民的利益被批准成为公众的公园及娱乐场所”,同时也是“为了使她所有的树木、矿石的沉积物、自然奇观和风景,以及其他景物都保持现有的自然状态而免于破坏”。

最初吸引人们的兴趣并使黄石成为国家公园的显著特征是地质方面的地热现象,这里拥有众多的间歇喷泉和温泉、彩色的黄石河大峡谷、化石森林,以及黄石湖。黄石国家公园是一个实实在在的荒野,是保存于美国48个州中少有的大面积自然环境之一。六至八月是参观的高峰时期,公园为了保护游人的安全、保护各种自然文化遗产,制定了各种规章制度。

3. 旅游景区经营管理的科学化程度低,缺乏主动营销意识

随着旅游景区数量的增加,旅游景区产品雷同化趋势明显,导致旅游景区之间的竞争变得更加激烈。为获取更多的经济利益,旅游景区在经营管理方面有所加强,但在当时社会整体管理水平较低的环境下,旅游景区管理的科学化程度低,尤其是严重缺乏市场营销意识。

(三) 现代旅游景区的综合发展

现代旅游开始于第二次世界大战结束之后,尤其是 20 世纪 60 年代以后迅速普及于世界各地的大众旅游,促进了旅游业的迅速发展并奠定了旅游业在世界经济中的产业地位。在这期间,世界经济快速发展,科学技术日新月异,城市化进程进一步加速,教育水平持续提高,人们的生活观念不断更新。在诸多因素的推动下,大众旅游迅速兴起,推动了全球旅游市场的迅猛发展,旅游地之间竞争也愈加激烈。在此期间,随着世界人口的不断增长,全球资源出现危机,生态环境问题日益严重。种种因素导致旅游景区景点的数量和种类发生了巨大的变化,大大改变了旅游景区的面貌,旅游景区经营管理变得日益重要。这一时期,旅游景区及其管理表现出如下特点:

1. 主题公园大量出现并迅速发展,推动了旅游景区向戏剧化、舞台化发展

1955 年,美国人华特·迪士尼以全新理念建造了第一座迪士尼主题乐园,标志着以迪士尼主题乐园为典型代表的主题公园登上了历史舞台。这种以戏剧化、舞台化的理念建造的旅游景区可以让游客体验新奇、刺激并进入梦幻世界。在此之前,旅游景区开发主要依赖于自然景观和人文景观,因而开发出来的产品主要是资源依托型旅游产品,而主题公园的出现大大改变了传统的旅游景区经营理念。在此之后,迪士尼主题乐园在全球迅速扩张,取得了巨大成功。在此驱动下,各种各样的主题公园在世界各地兴起,诸如水族馆、野生动物园、民俗村等各种形式的主题公园层出不穷,掀起了新的旅游景区开发的热潮。

2. 大量旅游景区的出现,推动了旅游景区的保护与发展

随着社会经济的发展,人们越来越意识到对自然和文化进行保护的必要性。战争、自然灾害、环境破坏和工业发展等已经对世界各地珍贵的文化和自然遗产产生了严重的威胁。为保护自然和文化的多样性,许多国家开始把大量具有历史文化价值、科学研究价值和休闲娱乐价值的旅游景区纳入环境保护系统之中,加强保护管理,这进一步推动了旅游景区资源的保护和旅游景区的发展,可持续发展成为旅游景区经营管理的主导理念。

3. 旅游景区管理越来越注重采用企业化运营机制,管理科学化、规范化程度日益提高

随着旅游市场竞争的日益激烈,旅游景区之间的竞争不断升级。在这种环境下,为提高旅游景区的竞争力,深入挖掘旅游景区的内在价值,发挥旅游景区在经济、社会、生态等方面的功能,旅游景区必须加强管理。许多经营性质的旅游景区采用企业化运营机制,注重战略管理、旅游景区规划设计和市场营销的统一,注重旅游景区项目策划。在旅游景区管理的各个环节上越来越科学化、规范化。旅游景区管理的企业化成为现代旅游景区管理的趋势之一。

(四) 旅游景区的未来发展趋势

1. 类型多样化

随着人们旅游消费需求多样化和个性化的发展,各种以观光旅游、文化旅游和度假旅游为主的传统旅游景区内容更加丰富,种类也不断增加。为满足游客多样化的旅游需

求,各种新兴旅游景区必然会不断地出现,例如,满足人们回归自然需求的生态旅游景区、乡村旅游景区;满足人们康体健身需求的登山旅游景区、滑雪旅游景区、高尔夫旅游景区;满足人们探险和刺激需求的秘境旅游景区、漂流旅游景区、沙漠旅游景区;满足人们求知需求的工业旅游景区、学艺旅游景区、科考旅游景区,等等。

2. 内容综合化

为满足人们多样化的旅游需求、扩大利润空间、增强竞争力,许多旅游景区更加注重为游客提供休闲娱乐、康体健身、增加知识等综合旅游体验产品,这使旅游景区内容综合化的发展趋势更加明显。例如,美国奥兰多的迪士尼主题游乐园有六大主题景点、三个水上乐园和一个电影城,还有二十六个主题酒店、六个高尔夫球俱乐部、一座巨型体育中心,以及大量的体育运动设施、餐厅、购物中心等,其内容日益多样化和综合化。

3. 规模大型化

随着国际旅游市场竞争的加剧,许多旅游景区加大了对现代科技成果的应用,进一步丰富了旅游景区的内容,增强旅游景区的国际吸引力。未来旅游景区的投资规模将呈现出规模大型化的趋势,主要体现在三个方面:一是旅游景区空间面积大,如韩国民俗村占地面积达 98 000 公顷;二是旅游景区投资规模大,如美国奥兰多迪士尼主题乐园累计投资达 80 多亿美元;三是旅游景区接待游客人数的规模也会不断扩大。

4. 主题特色化

随着大量旅游景区景点的开发建设,旅游景区景点之间的竞争日益激烈。为了提高旅游景区景点的吸引力,许多旅游景区景点都在突出主题特色方面狠下功夫。例如,英国萨里郡的切幸顿冒险世界的主题是冒险娱乐,该旅游景区内的各种主题游乐设施也基本上是以冒险娱乐活动为主,包括走私者海湾、灾难谷、马戏世界、神秘东方等。旅游景区景点的主题特色不仅是当前影响游客消费决策的重要因素,而且是未来影响游客消费趋势的主导因素。

二、旅游景区的概念

(一) 旅游景区的字面含义

旅游景区简称景区,是一个比较直观的概念。从汉语字面含义来看,“景”即景致、景观、风景,“区”即区域、地方或场所,“景区”就是风景集中之地。现代汉语词典中将旅游景区解释为“供游览的风景区”。随着旅游活动的普遍化,人们通常用景区来表述旅游景区的含义。

从英语国家来看,用来表示旅游景区概念的词语很多,通常是用“visitor attractions”“attractions”或“tourist attractions”,有时也有用“places of interests”和“site”等词,度假胜地则通常用“resort”。国内学者大多将“tourist attractions”译为旅游吸引物,把“places of interests”“site”“resort”译为旅游景区景点或度假地。

(二) 旅游景区的一般定义

目前,各国在界定旅游景区的标准和管理体系方面存在诸多差异,由此导致人们对

旅游景区概念的理解也不尽相同,至今还没有形成一个被普遍接受的定义。国内通常采用国家质量监督检验检疫总局于2003年发布的《旅游区(点)质量等级的划分和评定标准》中对旅游区的界定标准去解释旅游景区的概念。该标准对旅游区做了如下规定:“旅游区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。旅游区是具有参观、游览、休闲度假、康乐健身等功能,具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立管理区。旅游区应该有统一的经营管理机构 and 明确的地域范围,包括风景区、文博院馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等多种类型园区。”

根据上述标准,本教材给旅游景区下一个简明定义,即旅游景区是具有明确地域,以旅游、休闲活动为主要功能,具有明确管理机构,并从事商业性经营活动,为游客提供游览观赏、娱乐休闲、审美求知等综合服务的一种地域空间。

上述旅游景区定义可从以下四个方面加以理解:

第一,旅游景区是有一定清晰的空间范围。不论旅游景区的规模有多大,通常都有一个确定的空间范围,这一范围一般表现为它的门票范围。

第二,旅游景区具有明确的功能。旅游景区主要以吸引游客为目的,为游客提供一种愉悦体验,吸引游客前来消磨闲暇时间或度假。这里的游客既包括外地游客,也包括本地游客。在此,旅游景区的主体功能取决于旅游景区的旅游资源特征,可以是观光性的参观、游览,也可以是度假性的休闲、康乐,还可以是专项性的教育、求知等。

第三,旅游景区具有统一的管理机构。每个旅游景区要有一个明确的管理主体,它对旅游景区内的资源开发、经营服务进行统一的管理。它是旅游景区经营的主体,是服务的提供方。这个主体可以是政府机构,或是具有部分政府职能的事业单位,也可以是独立的法人企业。

第四,旅游景区具有必要的旅游设施,提供相应的旅游服务。资源、设施与服务构成旅游景区产品的主体,也是旅游景区旅游功能得以发挥的基础。没有设施与服务,再好的旅游资源也还是旅游资源,不会成为可供游客消费的旅游景区产品。

三、旅游景区的功能

(一) 游憩功能

游憩功能是旅游景区的首要功能,也是旅游景区最基本的功能。旅游景区一般都具有良好的生态环境、优美的自然风景和丰富的文物古迹,是广大游客向往的游览观赏之地。在闲暇时间,人们到旅游景区进行观光度假或娱乐,获得身心休息和锻炼,陶冶性情。显然,一个地方之所以能够成为旅游景区,就在于它能给人们提供各种形式的愉悦体验,从而满足人们观赏、度假、休闲、审美、求知、健身等多种心理需要。在旅游景区中,游客们尽情享受景观的美感,获得精神的愉悦,放松身心,恢复体力和精力,并充实和提

高自我,抒发对生活的热爱,度过悠闲的假期。通过到旅游景区参观游览,不同的游客得以同时满足了不同层次的游憩需求。旅游景区的游憩功能越强,其对游客的吸引力越大,越能吸引广大的游客。

(二)教育功能

旅游景区是个天然的课堂,能够提供审美教育、自然教育、历史和文化教育等多种教育。

首先,旅游景区一般都在景观独特、美感丰富的地段。任何一个旅游景区都具有美的形象、美的环境和美的意境。在自然旅游景区中,自然界中各种物体的形、色、质、光、声、态等各种因素相互影响、相互交织、相互配合,呈现出险、秀、雄、幽、旷、奥、坦等千变万化的自然之美、在人文旅游景区中,各种文物古迹、历史遗迹、神话传说等相互渗透,形成了各种瑰丽多彩的人文之美。因此,旅游景区具有强烈的审美价值。许多旅游景区,尤其是风景名胜,自古以来被誉为“诗境”“画境”,成为诗人、画家、摄影家的创作源泉,也成为广大人民群众普及美育的课堂。

其次,我国山河壮丽,历史悠久,古迹众多。这些文物古迹大都存在于旅游景区当中,尤其是我国的风景名胜区中,有的是古代的“神山”,例如,因被用作历代帝王封禅祭天活动而形成的“五岳”;有的是自古以来因宗教活动而逐渐发展的佛教名山和道教的洞天福地;有的是千百年来就是人民群众游览的胜地;有的是人民革命纪念地;有的则是近代发展起来的避暑胜地……因此,很多风景名胜区中,都保存着不少文物古迹、古建园林、诗联匾额、壁画雕刻……它们都是关于文学史、革命史、艺术史、科技发展史、建筑史、园林史等重要史料,是历史的见证,是进行历史教育的理想场所。

此外,我国的旅游景区与其他国家的旅游景区有明显的不同点,这在于我国的旅游景区在其历史发展过程中深受古代哲学、宗教、文学、艺术的深厚影响。中国是最早发展山水诗、山水画、山水园林等山水文学艺术的国家,这与我国古代人民最早认识自然之美、开发建设名山风景区有密切关系。我国的风景区自古以来就吸引了很多文人学士、画家、园林家、建筑家,他们因此创作了很多文学艺术作品。很多风景区伴随着很多民间故事、神话传说、名人事迹,保存了大量文学艺术作品。所以,我国的风景区既是文学艺术的宝库,也是文学艺术的课堂。

(三)生态功能

人类生存需要良好的生态环境。随着人类社会的发展,环境问题日益突出,成为当代人类共同面临的难题之一。由于地球上自然环境遭到大面积破坏,森林遭到滥伐,绿地面积迅速缩小、人口数量急剧增长、工业污染急剧产生,导致大气自净能力减弱,生态环境失去平衡,促使人类生存环境日益恶化,直接影响了人们的身心健康。在城市中,环境不断恶化是非常明显的。而旅游景区一般都具有良好的环境条件,尤其是在风景名胜中,大多还保存着山清水秀的良好生态环境,这在环境问题日益严重的今天来说,实在

是难能可贵的。因此,旅游景区在维持生态平衡方面具有重要的作用。许多风景名胜区内拥有良好的植被条件,可以说是一个供氧的宝库,也是人们恢复健康的一种野外休息地。

(四) 科研功能

许多旅游景区,尤其是风景名胜区往往有着特殊的地形、地貌、地质构造、稀有生物等,而且它们都有一定的典型性和代表性,因而旅游景区往往具有极其重要的科学价值,成为很多学科进行科学研究、科普教育的实验室和课堂。

(五) 经济功能

旅游景区本身并不具有经济价值,而是通过其自然景观,人文景观为人们提供游览观赏来吸引游客,再通过为游客提供饮食、住行、服务、供应等经济活动而产生经济价值,因而旅游景区具有发展地方经济、增加就业等经济功能。随着人民生活水平的提高,外出旅游的人愈来愈多,旅游业也会愈来愈发展,旅游景区的经济功能就越突出。

四、旅游景区的类型

旅游景区具有多种形态,类型复杂多样,因而在旅游景区的分类方面没有统一的标准。国内外不同的专家学者根据各自研究的目的和各地的旅游景区实际状况,采用不同的分类标准,从而形成了不同的旅游景区分类体系,这些体系之间并不是相互排斥的,而是相互渗透、相互促进的。正确地理解这些分类标准及意义,有助于做好旅游景区管理工作。

(一) 按照旅游景区景观资源的特征进行分类

这是一种最常见的旅游景区分类,一般可分为四大类,即自然旅游景区、人文旅游景区、主题乐园、综合型旅游景区。

自然旅游景区又称风景区,是指由多个自然景点构成,以自然景观和自然资源为主要吸引物的旅游景区。我国历史悠久,文物古迹众多,因此,我国大多数自然旅游景区都包含一定的人文景观,但在自然旅游景区中,主体的吸引物是自然风景,而不是人文景观。典型的自然旅游景区有黄山、九寨沟、张家界等。根据自然景观的类型,自然旅游景区又可分为山岳型旅游景区、森林型旅游景区、江河型旅游景区、湖泊型旅游景区、瀑布型旅游景区、泉水型旅游景区、洞穴型旅游景区等多种类型。

人文旅游景区又称名胜旅游景区,是指由多处人文景点构成,以人文景观和人文资源为主要吸引物,并辅以一定自然景观的相对独立的旅游景区。在人文旅游景区中,主体的吸引物是人文景观,而不是自然景观。典型的人文旅游景区有北京故宫、八达岭长城、圆明园、颐和园等。根据人文景观资源的不同,人文旅游景区可分为历史文化名城、古代工程建筑、宗教文化地、古典园林、博物馆等多种类型。

主题乐园是根据特定的主题,采用现代化的科学技术,借助于人力、物力和财力,为游客设计的集诸多娱乐休闲活动为一体的活动空间。主题乐园在我国又称主题公园,是